



Keinänen Petra

Suomalaisten korkeakulttuurinen orientaatio – sinfoniaorkestereiden konserttien ei-kävijyys

Kandidaatintyö
KASVATUSTIETEIDEN TIEDEKUNTA
Musiikkikasvatus
2020

Oulun yliopisto

Kasvatustieteiden tiedekunta

Suomalaisten korkeakulttuurinen orientaatio – sinfoniaorkestereiden konserttien ei-kävijyys
(Petra Keinänen)

Kandidaatintyö, 29 sivua

Kesäkuu 2020

Tämä kandidaatintyö on kirjallisuuskatsaus, jonka lähtökohtana oli saada avarrettua nykynuoren maailmankuvaa: kuinka samaistuttavaksi länsimainen taidemusiikki koetaan ja miksi nuoria on niukasti sinfoniaorkestereiden klassisen musiikin konserteissa? Ajan kanssa sain inspiraatiota aiheeseen jo valmiista maku- ja ei-kävijyystutkimuksesta.

Tutkimuskysymykset ovat: *Millainen on suomalaisten korkeakulttuurinen orientaatio? Mitkä asiat ovat vaikuttamassa sinfoniaorkestereiden konserttien ei-kävijyyteen?* Tulokset eri kulttuurituotteiden määrän lisääntymisestä ja nuorten vähäisestä orientoituneisuudesta korkeakulttuuriin saivat minut kiinnostumaan myös taidemusiikin viennin suunnasta.

Esille kirjallisuuskatsauksessa nousevat korkeakulttuuriseen orientaatioon liittyvä *homologia-teesi*, *yksilöllistymisteesi* ja *kaikkiruokaisuuden ilmiö* eli *omnivore*. Lisäksi avaan koulutuksen, iän ja sukupuolen vaikutuksia korkeakulttuuriseen orientaatioon. Käyn läpi myös erilaisia ei-kävijyyden syitä ja rooleja tiedostaen, ettei passiivisuus ole aina omaehtoista. Koin tarpeelliseksi avata myös yleisötyön ja saavutettavuuden käsitteitä niiden liittyessä olennaisesti tai-deorganisaatioiden ei-kävijyyteen.

Tulosten mukaan suomalaisten orientoituminen korkeakulttuuriin on muuttanut ajan saatossa muotoaan, sillä korkeasti koulutetuilla ja nuorilla ei ole enää samanlaista tarvetta korostaa suuntautumistaan korkeakulttuuriin. Konserttien yleisöstä suurin osa on ikäihmisiä ja naispuolisia henkilöitä. Ei-kävijyyteen liittyvät syyt ovat moninaisia, ja voivat liittyä esimerkiksi perhevelvollisuuksiin, vaikeisiin elämäntilanteisiin, taloudelliset puitteisiin, etäisyyteen tai omaehtoiseen passiivisuuteen. Tyypillinen ei-kävijä tuntee olonsa vieraaksi taidelaitoksissa ja kokee palvelujen olevan suunnattu toisenlaisille ihmisille. *Kulttuurinen pääoma ja sosiaalinen differentiaatio 2000-luvun Suomessa: Kansainvälinen vertailu* –hankkeessa myös huomattiin, että klassisen musiikin konserttien passiivinen “ei käy koskaan” ryhmä oli yllättävän iso (7/10).

Avainsanat: ei-kävijyys, kaikkiruokaisuuden ilmiö, konserttitraditio, korkeakulttuurinen orientaatio, saavutettavuus, yksilöllistymisteesi, yleisötyö

Sisältö

1	Johdanto.....	4
2	Tutkimusasetelma	6
3	Suomalainen orkesterilaitos	8
	3.1 Suomalaisen orkesterilaitoksen synty	8
	3.2 Sinfoniaorkestereiden konserttitraditiot	8
4	Suomalaisten korkeakulttuurinen orientaatio.....	10
	4.1 Kulttuurin kulutuksen ja yhteiskunnan hierarkioiden välinen yhteys.....	10
	4.1.1 Bourdielainen homologieesi	10
	4.1.2 Yksilöllistymiseesi	11
	4.1.3 Kaikkiruokaisuuden ilmiö eli omnivore	11
	4.2 Koulutus, sukupuoli, ikä ja klassinen musiikki.....	12
5	Ei-käviisy	14
	5.1 Ei-käviit.....	14
	5.2 Saavutettavuus	15
	5.2.1 Saavutettavuus eri aistien avulla.....	16
	5.2.2 Taloudellinen, sosiaalinen ja alueellinen saavutettavuus.....	17
	5.2.3 Viestinnän saavutettavuus	18
	5.2.4 Ymmärtämisen tukeminen	18
	5.3 Yleisötyö	19
6	Tulosluku	21
	6.1 Millainen on suomalaisten korkeakulttuurinen orientaatio?	21
	6.2 Mitkä asiat ovat vaikuttamassa sinfoniaorkesterien konserttien ei-käviisyyteen?	22
7	Pohdinta	24
	Lähteet	26

1 Johdanto

Vuoden 2019 syksyllä vieraillessani Oulun sinfonian klassiseen musiikkiin painottuvissa konserteissa laitoin silmämääräisesti merkille, kuinka yleisö koostui suurilta osin ikäihmisistä. Poikkeus oli elokuvamusiikkiin perustuva *we can be heroes* –konsertti, jossa paikalla oli paljon nuorisoa. Voidaankin pohtia, mikä on nykynuorten suhtautuminen klassiseen musiikkiin, varsinkin kun nyky-yhteiskunta on tarjoamassa meille monenlaisia elämyksiä. Itse klassisen musiikin ystävänä haluaisin uskoa länsimaisen taidemusiikin riittävyteen sellaisenaan, mutta lieenee aiheellista pohtia, mitkä asiat ovat nykypäivänä vaikuttamassa konserteissa käymättömyyteen eli ei-kävijyyteen.

Klassisen musiikin yleisöpohjan kapenemisesta on esitetty huolenaiheita ainakin 1950-luvulta lähtien. Yleisön oletetaan vanhenevan, eikä uutta yleisöä saada samalla tavalla kuin aikaisemmin. Perinteinen käsitys ei ole huolissaan klassisen musiikin nuorten ja nuorten aikuisten vähäisestä osuudesta, sillä tämän käsityksen mukaan nuori sivilisoituisi kuluttamaan musiikkia iän myötä, noin 40 ikävuoden jälkeen. Kolb (2001) on katsonut sivilisoitumisväitettä kulttuuritilastoaineistojen kautta Iso-Britanniassa ja todennut, että nykypäivän keski-ikäisistä pienempi osa päätyy klassisten konserttien kuluttajaksi verrattuna esimerkiksi 1980-lukuun. (Kolb, 2001.) Salomaa (2009) on puolestaan kartoittanut Pro Gradussaan Jyväskylän sinfonian yleisöprofiilin, ja todennut, kuinka nuoria on nykyisin yleisössä vähemmän sekä konserttiyleisö on vanhempaa kuin 20 vuotta sitten. Tutkimuksen mukaan suurin osa yleisöstä on eläkeikäisiä, erona *James Bond* –konsertti, jossa yleisö oli tavallista nuorempaa. Vertailukohteena Salomaa on käyttänyt Salosen (1990) tekemää kartoitusta jyväskyläläisen sinfoniaorkesterin yleisöprofiilista.

Suomalainen säveltäjä, muusikko ja Tampereen Biennalen taiteellinen johtaja Olli Virtaperko (2014) korostaa ennen kaikkea oman aikamme musiikin soittamista nykyaikaista enemmän vedoten sen parempiin mahdollisuuksiin verevöittää konserttiyleisö. Suomalainen kapellimestari Esa-Pekka Salonen on todennut, että suomalaisella musiikilla on kaikki mahdollisuudet menestyä, jos Suomessa panostetaan uusiin ideoihin, eli uuteen musiikkiin sekä uusiin tapoihin levittää ja integroida musiikkia. Hänen mielestään kansainvälistyminen on taidemusiikin elinehto ja tärkeää on sellaisen imagon luominen suomalaiselle musiikille, jossa se näyttäytyy teknologian avulla aidosti globaalina, mielenkiintoisena ja helposti lähestyttävänä. (Muikku & Hottinen, 2014.)

Tämän kirjallisuuskatsauksen ensimmäinen tutkimuskysymys on, *millainen on suomalaisten korkeakulttuurinen orientaatio?* Korkeakulttuuriseen orientaatioon voidaan lukea muun muassa taidenäyttelyissä, konserteissa ja oopperassa käyminen sekä taiteen seuraaminen. Keskityn tässä kandidaatintyössä tarkemmin klassisen musiikin konserteissa käymiseen, mutta puhun myös yleisellä tasolla korkeakulttuurisesta orientaatiosta, sillä aiheita ei ole aina eritelty toisistaan. Toinen tutkimuskysymys on, *mitkä asiat ovat vaikuttamassa sinfoniaorkesterien konserttien ei-kävijyyteen?*

2 Tutkimusasetelma

Tämä kandidaatintyö on systemaattinen kirjallisuuskatsaus, jonka tehtävänä on saada aiheesta yleiskatsaus tiivistämällä aihepiirin aikaisemmasta tutkimuksesta sen olennainen sisältö. Systemaattinen kirjallisuuskatsaus pyritään asettamaan sekä historialliseen että oman tieteenalan kontekstiin. (Salminen, 2011.) Olen poiminut lähteitä mm. tieteellisistä artikkeleista, kirjoista ja väitöskirjoista sekä pyrkinyt valitsemaan ne kriittisesti. Kriittisyydellä tarkoitan vertaisarvioitujen ja mahdollisimman tuoreiden lähteiden käyttöä, lähteen julkaisualustan huomioimista sekä vertailua ja keskustelua eri lähteiden välillä. Kotimaisten lähteiden lisäksi olen etsinyt tietoa kansainvälisistä lähteistä, joskaan kaikkia haluamiani kirjoja en ole saanut käsiini vallitsevan koronatilanteen vuoksi. Kirjallisuuskatsauksen lähteiden aikaväliksi muodostui 30 vuotta, sillä tarvitsin ajallisesti erilaista aineistoa koskien muun muassa konserttien yleisöprofiilin muutoksia.

Tärkeitä käsitteitä kirjallisuuskatsauksessani ovat *ei-kävijyys*, *kaikkiruokaisuuden ilmiö*, *konserttitraditio*, *korkeakulttuurinen orientaatio*, *saavutettavuus*, *yksilöllistymisteesi ja yleisötyö*. Tiedonhakuun olen käyttänyt Google Scholaria, Oula-Finnaa ja Finnaa.

Lähteiden etsimisen aloittaessani käytin seuraavia hakusanoja:

klassinen musiikki + sukupolvi + muutos / classical music + generational + change

korkeakulttuuri + orientaatio + Suomi / highbrow + orientation + Finland

musiikkimaku + makututkimus / highbrow + musical taste + research

korkeakulttuuri + maku + muutos / highbrow + taste + change

Tärkeä lähde kandidaatintyöni kannalta oli Pertti Alasuutarin (2009) artikkeli Snobismista kaikkiruokaisuuteen: musiikkimaku ja koulutustaso, jonka pohjalta törmäsin ensimmäistä kertaa käsitteeseen *kaikkiruokaisuuden ilmiö*. Kirjoitus toimi ponnahduslautana työlleni sen raottaessa hyvin korkeakulttuurista orientaatiota. Tämän rinnalla koin tärkeäksi Riie Heikkilän (2015) artikkelin Suomalainen maku ja kulttuurin kuluttamisen valikoituneisuus, joka haastoi kaikkiruokaisuuden ilmiön käsitettä tuoden rinnalle myös kaksi muuta tunnettua teoriaa kulttuurin kuluttamisesta.

Alun jälkeen useampi eri lähde antoi tärkeän osansa tähän kirjallisuuskatsaukseen, kuten Kawashiman (2000) ja Lindholmin (2011; 2015) julkaisut yleisötyöstä ja ei-kävijyydestä. Myös

ulkomailla tehty makututkimus, kuten sukupolvien välillä tapahtuneen muutoksen tutkimus on antanut oman sävöyksensä tähän kirjallisuuskatsaukseen, josta esimerkkinä Kolbin (2001) *The effect of generational change on classical music concert attendance and orchestras' responses in the UK and US*.

3 Suomalainen orkesterilaitos

Tässä luvussa käsittelen lyhyesti suomalaisen orkesterilaitoksen syntyä (3.1), ja kerron sinfoniaorkestereiden konserttitraditioista (3.2). Tarkoitan kirjallisuuskatsauksessani konserttitraditioilla sinfoniaorkesterin ohjelmistoon ja konserttietikettiin liittyviä perittyjä toimintatapoja.

3.1 Suomalaisen orkesterilaitoksen synty

Eläessämme vuotta 2020, Suomen Sinfoniaorkesterit ry on kirjannut jäsenekseen 30 orkesteria, jotka ovat jaoteltu sinfoniaorkestereihin, kamari- ja runko-orkestereihin, muihin orkestereihin ja liitännäisjäseniin. Klassinen sinfoniaorkesteri on muodostunut vuoden 1750 paikkeilla, jolloin soitinryhmät olivat löytäneet rajansa ja jakaantuneet soitinperheiksi. (Nordström, 1997.) Suomalaisella orkesterilaitoksella on yli 200 vuoden historia, jonka alkusysäyksenä on pidetty Turun Soitannollisen Seuran perustamista vuonna 1790. Suomen itsenäistymisen jälkeen taiteen ja kulttuurin saralla vallitsi vilkas 1920-luku, mikä näkyi orkesterien perustamisena uusiin kaupunkeihin ja aiemman orkesteritoiminnan vakiintumisena ja kehittymisenä. Turun Soitannollinen Seura lakkautettiin 1924, jonka jälkeen vuonna 1927 perustettiin Turun kaupunginorkesteri. Samana vuonna perustettiin myös Radio-orkesteri radiotoimintaa varten, mikä toimii nykyisin Helsingissä Radion sinfoniaorkesterina. Toiseen maailmansotaan mennessä orkesterimusiikkia olikin mahdollista kuulla Suomessa kaikissa suuremmissa, mutta myös monissa pienemmissä kaupungeissa. (Korhonen, 1995.) Orkestereista puhuttaessa Suomea onkin kuvattu luvatuksi maaksi johtuen orkestereiden suuresta määrästä asukaslukuun nähden. Orkesteritoiminta on Suomessa aktiivisten kansalaisten ansiota, sillä historiassamme vain pari orkesteria on käynnistetty valtiollisella tai kunnallisella päätöksellä. Olemme jo yli sadan vuoden ajan rakentaneet tulevaisuuttamme paljon kulttuurin ja sivistyksen varaan, mutta tulevaisuuden kohtaaminen vaatii kuitenkin jatkuvaa valmiutta uudistua. (Häyrynen, 2015.)

3.2 Sinfoniaorkestereiden konserttitraditiot

Klassinen musiikki sävelletään useimmiten konserton tai sinfonian muotoon. Sinfonia on laajamittainen ja perinteisesti neliosainen orkesterisävellys. Konsertoissa sen sijaan päätähtenä on solisti oman soittimensa kanssa, ja niissä on tyypillisesti kolme osaa. Molemmissa teoksissa osien välissä pidetään pieni tauko. Aplodit annetaan tavan mukaan vasta viimeisen osan jäl-

keen. (Jyväskylä Sinfonia.) Sinfoniakonsertissa teosten esitysjärjestys noudattaa lähes aina samaa kaavaa: ensimmäisenä soitetaan alkusoitto, jonka jälkeen on solistinumeron vuoro. Väliajan jälkeen soitetaan sinfonia tai sinfoninen teos. Konsertin alkamisajankohdaksi on vakiintunut Suomessa 19:00.

Taidemusiikin konserttitraditio nähdään usein liian elistisenä, ja epäusko oikean etiketin mukaiseen käyttäytymiseen konserttitalissa ovat esimerkkejä liittyen esteisiin tulla konsertteihin (Kawashima, 2000). Johnsonin (2002) mukaan erot klassisen musiikin ja populaarimusiikin välillä liittyvät klassisen musiikin elitistisyyteen ja siihen, että klassinen musiikki mielletään selkeästi yhdeksi taidemuodoksi. Taiteen erilaisuus populaarimusiikkiin verrattuna on siinä, että taide on kaukana ihmisten arkielämästä.

Joensuun kaupunginorkesterin ylikapellimestari Eero Lehtimäki on harmitellut klassisen musiikin mieltämistä virheellisesti jäykäksi ja vaikeaksi taidemuodoksi. Lehtimäki kokee tehtävään vähentää klassiseen musiikkiin liittyviä ennakkoluuloja. Hän ajattelee, että konserttien juhlava ja arvokas yleisilme voi saada ihmiset luulemaan tunnelman olevan kiusallinen ja ihmisten paikan päällä olevan vaikeasti lähestyttäviä. (kuten siteerattu julkaisussa Mattila, 2020.) Hämeenniemi (2007) puolestaan on puhunut kirjassaan *Tulevaisuuden musiikin historia* kuulijoiden passiivisesta roolista sekä siitä, kuinka hän kokee vieraannuttavaksi konsertissa soittavien muusikkojen pukeutumisen. Hän myös kokee kuulijoiden vaatetuksen rentoutuneen, jolloin kuulijoiden ja muusikoiden pukumuodin ero vain kasvaa. Pukeutumisasiaan Lehtimäki tarjoaa Mattilan (2020) mukaan näkökulman, jossa eleganssin ja helposti lähestyttävyyden ei tarvitse olla toistensa vastakohtia. Pukeutua saa juuri niin kuin haluaa ja muusikoiden juhlava pukeutuminen on osa perinteitä.

4 Suomalaisen korkeakulttuurin orientaatio

Tässä luvussa avaan hieman kulttuurin kulutuksen teoreettista taustaa (4.1), johon kuuluvat *bourdielainen homologieesi* (4.1.1), *yksilöllistymiseesi* (4.1.2) sekä *kaikkiruokaisuuden ilmiö* (4.1.3). Lisäksi käyn läpi koulutuksen, iän ja sukupuolen vaikutuksia korkeakulttuuriseen orientaatioon ja klassisen musiikin kuunteluun (4.2). Korkeakulttuuriseen orientaatioon voidaan lukea muun muassa taidenäyttelyissä, konserteissa ja oopperassa käyminen sekä taiteen seuraaminen. Keskityn tässä kirjallisuuskatsauksessa tarkemmin klassisen musiikin konserteissa käymiseen, mutta puhun myös yleisellä tasolla korkeakulttuurisesta orientaatiosta, sillä korkeakulttuurisen kulutuksen kohteita ei ole tutkimuksissa aina eritelty toisistaan.

4.1 Kulttuurin kulutuksen ja yhteiskunnan hierarkioiden välinen yhteys

Heikkilä (2015) on todennut, kuinka kirjallisuus osoittaa laajan yksimielisyyden muun muassa kulttuurin kulutuksen ja tuntemuksen suorasta yhteydestä yhteiskuntien sosiaaliseen kerrostuneisuuteen ja hierarkioihin. Kuitenkin tämän hierarkian toimintamallista on erilaisia näkemyksiä, joista keskeisimpiin kuuluu *bourdielainen homologieesi*, *yksilöllistymiseesi* sekä *kulttuurinen omnivore* eli *kaikkiruokaisuus*. Yhteiskuntaluokista puhuttaessa on todettu, että suomalaiset ymmärtävät helposti luokkajaon ja kykenevät sijoittamaan itsensä sen monille portaille (Kahma, 2011). Muun muassa Savage, Warde ja Devine (2005) (kuten siteerattu julkaisussa Kahma, 2011) ovat todenneet, että yhteiskuntaluokkien olemassaoloa harvoin kielletään. Yhteiskuntaluokkien tunnistaminen voi liittyä esimerkiksi luokkakäsitteiden jatkumiseen keskusteluissa, kirjoituksissa ja mediassa (Wahlstedt, 2014).

4.1.1 Bourdielainen homologieesi

Pierre Bourdieun vuonna 1979 esittämä distinktioteoria (kuten siteerattu julkaisussa Heikkilä, 2015; Kahma, 2011) kertoo henkilön sosiaaliluokan ja kiinnostuksen kohteiden riippuvuudesta. Tämän homologieesin mukaan makumieltymykset ovat johdonmukaisia eri kulttuuri-alueilla. Tällöin voitaisiin tehdä esimerkiksi päätelmä, että oopperasta pitävä ihminen lukisi todennäköisemmin näytelmiä ja runoutta, kun taas rock-konsertissa kävijä päätyisi todennäköisemmin lukemaan trillereitä tai kevyttä romantiikkaa. Bourdieun ajatusmallia on kritisoitu, sillä se saa yksilöiden maut näyttämään varsin yksioikoiselta, jossa maku tulee automaattisesti luokka-aseman mukana (Heikkilä, 2015). Myös Leskinen ja Soronen (2006) ovat todenneet,

kuinka vanhakantaisiin ranskalaisiin yleistykseen yhteiskuntaluokista on suhtauduttava varauksella, perustellen tätä nyky-yhteiskunnan monisäikeisillä asetelmilla ja suomalaisen yhteiskunnan paljon suuremmalla homogeenisyydellä ja heikolla erikoistumisella. Samalla he ovat kuitenkin tunnistanee Bourdieun teorian metodisen tärkeyden sen tunnistaessa käyttäjä- ja kulutuskohderyhmät ja kulutustuotteisiin liittyvän taistelun paremmuudesta. Useiden kriitikoiden mukaan Bourdieun teoria sopii parhaiten 1960-luvun Ranskaan, mutta on vanhentunut kuvaamaan 2000-lukua (Heikkilä, 2015).

4.1.2 Yksilöllistymisteesi

Muun muassa Giddens (1990) ja Beck (1992) ovat kuvailleet (kuten siteerattu julkaisussa Heikkilä, 2015), kuinka yksilökeskeisempi näkemys kulttuurin kulutuksen hierarkioista nousi esille vuosituhannen vaihteen hämmöittäessä. Yksilöllistymisteesin mukaan kulttuurituotteiden määrän lisääntyminen ja yhteiskunnallisen aseman muuttuminen kulutuskeskeiseksi on tehnyt kulttuurin kulutuksesta yksilön yhteiskunnallisen aseman sijaan yksilöllistä. Toisin sanoen kulttuurin kulutus liittyisikin yksilön henkilökohtaiseen elämänprojektiin, johon valitaan sopivia palasia sieltä täältä luoden omaa yksilöllistä makua ja identiteettiä. Bernard Lahire (1994) on toiminut Bourdieun vastäänä puoltaessaan makuprofiilien yksilöllisyyttä ja todennut esimerkiksi pikemminkin ammatin, perhe- ja ystäväpiirin sekä sukupuolen luonnehtivan kulttuurista kulutusta yhteiskuntaluokan sijaan (kuten siteerattu julkaisussa Heikkilä, 2015). Hän on todistanut tutkimuksessaan lähes kaikkien ihmisten omaavan enemmän tai vähemmän epäjohdonmukaisen makuprofiilin Bourdieun näkemystä vastaan (Heikkilä, 2015).

4.1.3 Kaikkiruokaisuuden ilmiö eli omnivore

Pelkissä klassisen musiikin konserteissa tai oopperassa käyvät ovat olleet jo vuodesta 1996 vähenemässä (Alasuutari, 2009). Kaikkiruokaisuuden ilmiö tarkoittaa henkilön kulttuurista kaikkiruokaisuutta tai makumieltymysten laaja-alaisuutta.

“Omnivorekeskustelun päälinjoja on, että korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin välinen raja ei varsinaisesti katoa, vaan pikemminkin aikaisemmin ylempiin sosiaalisiin ryhmiin kuuluva, lähes pelkkää korkeakulttuuria kuluttanut ryhmä laventaa makuaan myös populaarin kulttuurin suuntaan” (Heikkilä, 2015).

Erityisesti korkeakulttuuria arvostavilla ihmisillä niin sanottu snobismi olisi vaihtunut useiden musiikkilajien kuunteluksi. Ilmiö ei kerro korkeakulttuurin hylkäämisestä, vaan sekä taiteen

että viihteen harrastamisesta. (Alasuutari, 2009.) Lizardo ja Skiles ovatkin todenneet, että kaikkiruokainen kulttuurin kuluttaja arvostaa lukuisia erilaisia kulttuurintuotteita ja valikoi niistä mieleisensä (kuten siteerattu julkaisussa Heikkilä, 2015). Kaikkiruokaisuus on yleistynyt korkeakulttuuria harrastavilla, ei niinkään populaarikulttuurin ystävillä (Peterson & Kern, 1996). Alasuutari (2009) on testannut hypoteesia *Onko kaikkiruokaisuus snobistista korkeakulttuurista orientaatiota selvemmin yhteydessä koulutustasoon eli samalla koulutustasolla olevat ovat sukupuolesta riippumatta yhtä kaikkiruokaisia musiikin kuuntelussa?* muodostamalla kaikkiruokaisuuden summamuuttujan, jossa summamuuttuja antaa yksilölle pisteen jokaisesta kuuntelemastaan musiikinlajista. Tuloksien mukaan kaikkiruokaisuuden hypoteesi on sovellettavissa myös Suomeen, sillä kaikkiruokaisuus oli yleisempää korkeasti koulutetuilla, eikä sukupuolten välillä ollut huomattavaa ja systemaattista eroa. Alasuutari kysyykin, selittyykö kaikkiruokaisuus sillä, että käsitykset korkeakulttuurisesta musiikkimausta olisi muuttuneet ja monimuotoistuneet? Kaikkiruokaisuus on Suomessa koulutuksen myötä vahvistuva ilmiö, joka näkyy erityisen voimakkaasti suurten kaupunkien väestössä ja etenkin pääkaupunkiseudulla. (Alasuutari, 2009.)

4.2 Koulutus, sukupuoli, ikä ja klassinen musiikki

Ennen 1990-luvun puoliväliä koulutustason ja korkeakulttuurisen maun välillä oli Suomessa selvä lineaarinen yhteys. Perinteiseen korkeakulttuuriseen orientaatioon mielletty klassinen musiikki on edelleen riippuvainen koulutuksesta, mutta suoraa yhteyttä niiden välillä ei enää ole. (Alasuutari, 2009.) 2000-luvulla globalisaatio ja uusi teknologia on edesauttanut vanhojen rajojen ja hierarkioiden liudentumista. Niin sanottu ylempi luokka on kiinnostunut korkeakulttuurin lisäksi myös populaarikulttuurista ja eri yhteiskuntaluokkien välillä on enemmän yhteisiä asioita kuin ennen. (Wahlstedt, 2014.)

Myös tilastokeskuksen vuoden 2002 vapaa-aikatutkimuksessa korkeakulttuurinen orientaatio korreloi koulutustason kanssa, mutta ei enää yhtä selvästi ja lineaarisesti kuin aikaisemmin, kun tuloksia vertailtiin vuosien 1981 ja 1991 tietoihin. Nykyisin täytyykin ottaa huomioon sukupuoli ja ikä tarkastellessa korkeakulttuurista orientaatiota ja klassisen musiikin kuuntelua. Näyttää siltä, että nuoremmilla ikäluokilla ja korkeammin koulutetuilla ei ole enää samanlaista tarvetta korostaa suuntautumistaan korkeakulttuuriin. Mitä sukupuoleen tulee, naiset harrastavat korkeakulttuuria paljon miehiä enemmän. (Alasuutari, 2009.) Miehet näyttävät tulevan usein kulttuuritapahtumiin naisen aloitteesta, sillä kulttuuritapahtumissa on paljon naimisissa

olevia miehiä ja naimattomia naisia. Kun mies on lähtemättä, vaimo tai tyttöystävä lähtee yksin tai ystävänsä kanssa. (Cantell, 1993.) Naisten kohdalla voisi puhua korkeakulttuuriin liittyvien mieltymysten voimistumisesta melko suoraviivaisesti koulutuksen myötä, kun taas miesten kohdalla kyse on enemmän vastenmielisyyden vähenemisestä. Tilastokeskuksen vapaa-aikatutkimuksen aineiston tarkastelu osoittaa myös naisten kuuntelevan klassista musiikkia monipuolisemmin miehiin verrattuna. (Alasuutari, 2009.)

Helsingissä tehdyssä *Kulttuurinen pääoma ja sosiaalinen differentiaatio 2000-luvun Suomessa: Kansainvälinen vertailu* –hankkeessa (2007) selvitettiin kulttuurituotteiden suosikkeja ja inhokkeja, millä äänenpainoilla ja termeillä kulttuurista ja vapaa-ajasta puhutaan, erilaisissa tapahtumissa käymistä sekä hyvää ja huonoa makua. Vastauksia kerättiin fokusryhmähaastatteluaineiston, kyselyaineiston ja jatkoahaastatteluaineiston avulla. Konserttien aktiiviset kävijät näyttivät kyselyaineiston perusteella olevan harvassa: täysin passiivisia (”ei käy koskaan”) oli noin seitsemän kymmenestä. Tällainen vertailu ei erottele vielä tarpeeksi eri paikoissa ja tapahtumissa käymisen useutta, joten mukaan tarkasteluun otettiin vielä koulutus, ikä ja sukupuoli. Koulutusaste oli aktiivisuutta lisäävä tekijä lähes kaikkien kysytyjen tapahtumien ja ajanviettotapojen suhteen, mukaan lukien konserteissa käynti. Ikä toi esiin vielä voimakkaampia eroja: klassisen musiikin konsertit olivat yksi niistä paikoista, joissa aktiivisesti käyminen oli sitä yleisempää, mitä vanhempi ryhmä oli kyseessä. Lisäksi sukupuolen tarkastelu toi esille omat tuloksensa, ja klassisen musiikin suhteen ne näyttivät konserttien olevan selvästi naisvaltaisia. (Heikkilä, 2015; Kahma, 2011; Purhonen ym., 2014.)

Huomattiin myös alueen kaupunkimaisuuden vaikuttavan positiivisesti ja lähes lineaarisesti kaikkiin neljääntoista ajanviettotapaan. Yksi kulttuurista aktiivisuutta lisäävä tekijä oli vielä kotitalouden nettotulot, ja klassisen musiikin konsertit olivat yksi niistä tapahtumista, jonka kulutusaktiivisuuteen korkeat tulot vaikuttivat erityisen voimakkaasti. Yllättävin huomio koko tutkimuksessa oli luultavasti se, että ”ei käy koskaan” -ryhmä oli yllättävän iso useammassa kohteessa, mukaan lukien klassisen musiikin konsertit. (Heikkilä, 2015.)

5 Ei-kävijyys

Tässä luvussa käsittelen ei-kävijyyttä (5.1) sekä avaan saavutettavuuden käsitettä (5.2). *Saavutettavuuden osa-alueista avaan hieman tarkemmin saavutettavuutta eri aistien avulla (5.2.1), taloudellista, sosiaalista ja alueellista saavutettavuutta (5.2.2), viestinnän saavutettavuutta (5.2.3) sekä ymmärtämisen tukemista (5.2.4).* Lopuksi kerron, mitä on yleisötyö ja mitä se tarkoittaa taideorganisaatioissa (5.3). Olen tulkinnut luvussa esiintyvän legitimitetin käsitteen tarkoittavan järjestelmän hyväksymisenarvioisuutta kansalaisten silmissä (Tieteen termipankki).

5.1 Ei-kävijät

Kulttuurisosiologia tuntee huomattavasti huonommin passiiviset kuin aktiiviset kulttuurin kuluttajat (Purhonen, Gronow, Heikkilä, Kahma, Rahkonen & Toikka, 2014). Yleisön rakennetta kartoittavat tutkimukset eivät välttämättä tuota juurikaan uutta tietoa säännöllisen yleisötutkimuksen ja henkilöstön kokemustiedon ansiosta. Katsetta onkin suunnattu ei-kävijöihin. Passiivisuus nähdään vähintäänkin haasteena, johon tarvitaan aktivointitoimenpiteitä. (Lindholm, 2011; 2015.) Sosiaalisesti vähäosaiset ryhmät vastaavat kaikkein heikoiten kyselytutkimuksiin, mikä vaikeuttaa haastetta entisestään (Purhonen ym., 2014).

Mielenkiintoisen näkökulman kävijyyteen ja ei-kävijyyteen tarjoaa mm. Heinosen ja Lahden (2001) näkemys, jonka mukaan taiteen ja kulttuurin ei-kävijyys on vain yksi passiivisuuden muoto. Onko niin, että ei-kävijöiden elämäntapa on kaikin puolin passiivisempi verrattuna kävijöihin? (kts. Lindholm, 2015.) Kun on vertailtu suurkävijöiden, satunnaisten kävijöiden ja ei-kävijöiden elämäntapaa, on todettu satunnaisten kävijöiden eroavan merkittävästi sekä suurkävijöistä että ei-kävijöistä. Suurkävijät harrastavat ahkerasti kulttuuria ja lukemista, mutta elämäntapa ei ole muuten kovinkaan aktiivinen. Ei-kävijät viettävät enemmän aikaa kotona ja lasten kanssa muihin ryhmiin verrattuna. Sen sijaan satunnaiset kävijät ovat aktiivisia elämän muillakin osa-alueilla: he urheilevat, matkustavat, vaikuttavat järjestöissä ja käyvät ravintoloissa enemmän kuin muut kävijäryhmät. Satunnaisten kävijöiden voisi siis ajatella olevan suuri aktiivisten ihmisten joukko, jotka kiertelevät eri tapahtumia leimautumatta kulttuuriväeksi. (Liukkonen, 2004.) Tämä vertailu on tehty taidemuseon kävijöihin, mutta sen voisi ajatella koskevan myös klassisen musiikin konserttien kävijöitä.

Jo aiemmin tässä kandidaatintyössä mainitsemani hankkeen (*Kulttuurinen pääoma ja sosiaalinen differentiaatio 2000-luvun Suomessa: Kansainvälinen vertailu*) jatkohaastatteluaineisto toi lisää tietoutta liittyen passiivisempiin kulttuurin kuluttajiin. Jatkohaastatteluaineiston perusteella vastaajat jaettiin viiteen ryhmään: *omasta aloitteestaan aktiivisiin, jostakin muustasyystä aktiivisiin, osallistumattomuuttaan valitteleviin, välinpitämättömiin passiivisiin sekä vihamielisiin passiivisiin.* (Heikkilä, 2015.)

Osallistumattomuuttaan valittelevat ihmiset vetosivat erilaisiin selityksiin ja kulttuurisesta osallistumattomuudesta huolimatta tunnistivat osallistumisen tärkeyden ja legitiimisyyden sekä tavoittelivat sitä jollain tavoin (Heikkilä, 2015). Tällaisten ihmisten kulttuuriseen aktiivisuuteen olivat vaikuttamassa esimerkiksi perhevelvollisuudet, erityisen vaikea elämäntilanne, taloudelliset puitteet tai etäisyys. Omaehtoista passiivisuutta oli kahdenlaista. *Välinpitämättömät passiiviset* ihmiset eivät välittäneet juurikaan puhua kulttuurista, vaan totesivat oman vähäisen kiinnostuksensa selittelemättä. Vastauksissa näkyi myös usein yksioikoisuus ja perustelemattomuus, minkä vuoksi motiiveja on vaikea arvailla. Tällainen asenne voi johtua siitä, ettei ole välineitä kulttuurista puhumiseen. *Vihamieliset passiiviset* kulttuurin kuluttajat eivät epäilleet mainita ääneen aggressiivista suhtautumistaan korkeakulttuuria kohtaan ja tekivät selvän pesäeron korkeakulttuuriin. Vastauksista poimittiin huomioita liittyen samaistumattomuuteen ja ymmärtämättömyyteen. On luontevaa vihata kulttuuria, jonka jalkoihin tuntee jääneensä tai jos on oivaltanut legitiimin kulttuurin hierarkioiden vastaavan sosiaalisia hierarkioita oman aseman ollessa sen alimmilla askelmilla. (Heikkilä, 2015.)

5.2 Saavutettavuus

Saavutettavuus kuvaa käsitteenä informaation, järjestelmän, laitteen, ohjelman tai palvelun helppokäyttöisyyttä riippumatta henkilön ominaisuuksista kuten toimintarajoitteesta, vähemmistöön kuulumisesta tai vähävaraisuudesta. Inklusio eli yhdenvertainen osallisuus kasvaa saavutettavuuden kautta. Taide- ja kulttuuripalveluiden saavutettavuus ja moninaisuus lisääntyvät, kun näiden palveluiden toimintojen suunnittelijat, rahoittajat ja toteuttajat ovat valvettuneita sekä omaavat kaikkia käyttäjäryhmiä huomioivan asenteen. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2014.) Asenteellista saavutettavuutta olisikin syytä pohtia, sillä se on vaikuttamassa muiden saavutettavuuden osa-alueiden parantumiseen (Opetusministeriö, 2004). Yhteiskunta tavoittelee osallisuutta ja yhdenvertaisuutta, joten myös taide- ja kulttuuripalveluiden tulisi olla

kaikille saavutettavia ja monimuotoisuuden huomioon ottavia (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2014).

Opetusministeriön kulttuuria kaikille –työryhmä (2004) on jaotellut erilaiset saavutettavuuden osa-alueet Iso-Britannian Museums & Galleries Comission –neuvoston 1990-luvun lopulla lisätaamien saavutettavuuden ulottuvuuksien pohjalta. Näitä osa-alueita ovat *asenteellinen saavutettavuus, fyysinen saavutettavuus, saavutettavuus eri aistien avulla, tiedollinen saavutettavuus, tiedottamisen saavutettavuus, taloudellinen saavutettavuus, sosiaalinen ja kulttuurinen saavutettavuus sekä päätöksenteon saavutettavuus*. (Opetusministeriö, 2004.)

Opetus- ja kulttuuriministeriön työryhmä (2014) on käsitellyt taide- ja kulttuuripalveluiden saavutettavuuden osa-alueita pohjautuen Taide tarjolle, kulttuuri kaikille –toimenpideohjelmahdotuksen (2004) määritelmiin päivittäen niitä omien näkemysten mukaisiksi. Tiedottamisen saavutettavuus on korvattu käsitteellä *viestinnän saavutettavuus*, sillä viestinnän käsitteen ajatellaan olevan laajempi ja kuvaavan paremmin palveluiden ulospäin viestivää toimintaa. Tiedollisen saavutettavuuden käsitteen sijasta puhutaan *ymmärtämisen tukemisesta* perustellen sen kuvaavan paremmin käsitteeseen liittyviä menettelytapoja. Tämän lisäksi taloudellisen saavutettavuuden rinnalle on tuotu käsitteet *sosiaalinen ja alueellinen saavutettavuus*. Sosiaalinen saavutettavuus liittyy taloudelliseen saavutettavuuteen muun muassa taloudellisesti heikommassa asemassa olevien ihmisten taide- ja kulttuuripalveluiden osallistumiseen liittyvän kynnysen madaltamisen kautta. Myös sosiaalisiin esteisiin kuten epävarmuuteen ja ulkopuolisuuden tunteisiin liittyvä tukeminen on osa sosiaalista saavutettavuutta. Alueelliseen saavutettavuuteen liittyy ajatus omaehtoisen kulttuuri- ja taidetoiminnan harrastamisen mahdollisuuksista sekä palveluiden saavutettavuudesta eri puolella maata. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2014.)

5.2.1 Saavutettavuus eri aistien avulla

Saavutettavuus eri aistien avulla paranee, kun tieto tai elämykset ovat tavoiteltavissa eri aistien avulla. Tärkeää olisikin ottaa huomioon ihmisten erilainen tapa käyttää aistejaan. Parhaiten tiedon saa välitettyä kaikille, kun se on sekä kuultuna että nähtynä. Vammaisryhmät kaipaavat spesifimpää huomiointia. (Opetusministeriö, 2014.) Saavutettavuutta eri aistien avulla parantaa esimerkiksi opastetut kierrokset, joiden aikana voi koskettaa ja kokea asioita. Hyötyä on saatu myös apuvälineistä, kuten suurennuslaseista, taskulampuista ja induktiosilmukoista. Lisäksi

muun muassa audiovisuaaliset esitykset tekstityksineen viittomakielisen tulkkauksen ja kuvatulkkauksen kera sekä opasteiden, käsiohjelmien, esitteiden ja seinätekstien selkeys on koettu tärkeiksi ja hyödyllisiksi. (Kulttuuria kaikille.)

5.2.2 Taloudellinen, sosiaalinen ja alueellinen saavutettavuus

Kulttuuria kaikille –palvelu nostaa esiin sosiaaliseen saavutettavuuteen liittyvän näkökulman, jonka mukaan muun muassa erilaiset vähemmistöt ja erilaisten yhteiskuntaryhmien edustajat saattavat kaivata “omalta tuntuva” tarjontaa. Tässä korostuukin herkkyys erilaisille ihmiskokemuksille, havainnoille, ajatuksille ja arvoille. (Opetusministeriö, 2004.) Sosiaalisen saavutettavuuden ollessa kunnossa kaikki väestöryhmät voivat nauttia taiteesta tasapuolisesti (Lindholm, 2015). Erilaisten yleisöjen edustajien mukanaolo suunnittelussa olisi kannattavaa. Taphtumien tulisi heijastella kohderyhmien kiinnostuksen kohteita, mikä liittyy valta- ja vähemmistökulttuurien suhteisiin, lisääntyvään monikulttuurisuuteen ja eri yhteiskuntaryhmien taustojen erilaisuuteen (Opetusministeriö, 2004).

Esteiden olemassaolo on useimmiten tietämättömyyden ja tahattomien asenteiden seurausta. (Opetusministeriö, 2009). Esimerkiksi fyysisten esteiden poistamiseen, tiedotuksen parantamiseen tai näkemistä ja kuulemista helpottavien laitteiden hankkimiseen liittyvät esteet tekevät saavutettavuuden parantamisesta melko helppoa. Sen sijaan näkymättömät saavutettavuuden esteet ovat asia erikseen – tyypillinen ei-kävijä tuntee olonsa vieraaksi taidelaitoksissa ja kokee palveluiden kuuluvan toisenlaisille ihmisille. Tällaisia kulttuurisen ja sosiaalisen saavutettavuuden esteitä on vaikea tunnistaa, sillä nämä kulttuuripalveluita alikäyttävät ryhmät eivät esitä kulttuurilaitoksille vaatimuksia verrattuna esimerkiksi vammaisryhmiin. Vielä ei ole paljon ideoita, kuinka vierauden tunnetta voitaisiin vähentää. Yksi mahdollisuus parantaa tätä kulttuurista ja sosiaalista saavutettavuutta on jalkauttaa korkeakulttuuria koko kansan pariin. (Lindholm, 2011.) Korkean kynnyksen omaaville henkilöille ystävä- ja avustajakäytäntöjen toimivuus ja hinnoittelu tai mahdollisuudet osallistua taide- ja kulttuuripalveluihin yhdessä ystäväpiirin tai oman viiteryhmän kanssa liittyvät myös taloudelliseen ja sosiaaliseen saavutettavuuteen. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2014.)

Alueellisesta saavutettavuudesta puhuessa opetus- ja kulttuuriministeriön valmistelemassa kulttuuripolitiikan kehittämisstrategiassa vuodelle 2020 näkyy tietoisuus väestön keskittymisestä eri kaupunkialueille (pääkaupunkiseutu, maakuntakeskukset ja muut suuremmat kaupungit). Täten on tehty oletus maan eri osien erojen kasvamisesta ja alueiden profiloitumisesta

myös kulttuurin osalta. Puhutaan, kuinka heikommalla alueella ovat vaarassa jäädä ulkopuolelle kehityksestä, mikä pyrkii panostamaan kulttuuripalveluihin ja yrittäjyyteen sekä luovuutta edistäviin toimintaympäristöihin. Kehittyvät tietoliikenneyhteydet ja digitaaliset palvelut synnyttävät uusia kulttuuritarjonnan muotoja ja voivat ehkäistä uhkaavaa alueiden eriarvoistumisen kehitystä, vaikka se ei olekaan verrattavissa elävään ja omakohtaiseen kulttuuriosallistumiseen. (Opetusministeriö, 2009.)

5.2.3 Viestinnän saavutettavuus

Kun viestintä on saavutettavaa, informaatio saavuttaa erilaiset ihmiset. Viestinnän saavutettavuutta parantavia keinoja ovat muun muassa eri kanavien ja selkokielen käyttö viestinnässä, viestinnän monipuolinen kohdentaminen, tiedotteiden ja esitteiden visuaalinen sekä kielellinen selkeys, internetsivujen esteettömyys, kuvien käyttö sekä viittomakielinen viestintä. Olennaisena osana viestintää on myös saavutettavuustietojen esille laittaminen omien tilojen ja palveluiden saavutettavuudesta. Siirtolaistaustaisilla taide- ja kulttuurielämään osallistuminen edesauttaa kotoutumista, jolloin informaatiota tulisi tarjota myös eri kielillä ja muotoiltuna niin, että asiayhteydet olisivat hahmotettavissa kulttuurieroista huolimatta. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2014.) Kulttuuria kaikille –palvelu korostaa viestinnän saavutettavuuden suhteen muun muassa käytettävän kielen helppoutta, ymmärrettävyyttä ja kansainvälisyyttä, verkkosivujen toimivuutta kuten linkkien nimeämistä selkeästi, vaihtoehtojen tarjoamista eri aisteille esimerkiksi käyttämällä viestinnässä vaihtelevia esitystapoja, viestinnän kohdentamista kohderyhmälle sekä kouluttautumista saavutettavan viestinnän saralla. (Kulttuuria kaikille.)

5.2.4 Ymmärtämisen tukeminen

Helposti ymmärrettävän yleistiedon, syventävän taustatiedon ja kuvituksen tarjoaminen taide- ja kulttuurikohteesta ja sen kulttuurisisällöstä ovat hyviä ymmärtämisen tukemisen muotoja. Ymmärtämistä voi tukea esimerkiksi opastetut tutustumiset taide- ja kulttuurikohteeseen. Myös erilaiset yleisötyön muodot ovat tarjoamassa mahdollisuuksia oppimiseen. Tällaisia yleisötyön muotoja ovat muun muassa keskustelutilaisuudet ja yhteisölliset hankkeet. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2014.)

Ihmisten olisi saatava vaivattomasti käsitys kulttuurilaitoksen tarjonnasta ja toiminnasta, vaikkei heillä olisi aiempaa tietämystä. Lisäksi olisi hyvä pohtia, onko erilaiset oppimisen tavat

otettu huomioon, mikä onnistuu esimerkiksi tarjoamalla mahdollisuuksia erilaiseen oppimiseen kuullen, katsellen ja kokeillen. Käytännön tekeminen, työpajat ja yhteisölliset hankkeet ovat tarjoamassa enemmän väyliä oppimiselle. Lisäksi ymmärtämisen tukemisessa, niin kuin kaikissa muissakin saavutettavuuden osa-alueissa, on tärkeää ottaa huomioon erilaiset vammaisryhmät. (Kulttuuria kaikille.)

5.3 Yleisötyö

Taideorganisaatiot ovat heränneet yleisön tuntemisen tärkeyteen (Lindholm, Simovaara, Cantell & Mielonen, 2011). Suomalaisissa orkestereissa järjestetään monenlaista yleisötyöksi laskettavaa toimintaa, mutta aina tätä toimintaa ei otsikoida yleisötyöksi, vaan se voi olla yhtä hyvin esimerkiksi markkinointia tai asiakaspalvelua. Yleisötyö on verrattain nuori käsite, vaikka yleisötyöksi laskettavaa toimintaa on tehty jo ennen käsitteellistämistä. (Sorjonen & Sivonen, 2015.) Yleisötyöfoorumeissa eli orkesterien yleisötyön työryhmässä on edustajina tällä hetkellä 24 Suomen sinfoniaorkesterit ry:n jäsenorkesteria. Tavoitteeksi orkesterit ovat asettaneet osallistavan yleisötyön vahvistamisen, verkostoitumisen sekä uusien ideoiden ja toimintamuotojen kehittämisen. (Suomen sinfoniaorkesterit ry.) Suomalaisten kapellimestarien haastatteluissa on esiintynyt keskustelua siitä, onko yleisötyö jonkinlaista peruskoulun vähentyneen musiikinopetuksen korvaamista, joka näkyy orkesterien ja muusikoiden pedagogisen vastuun ottamisena (Pohjannoro, 2010).

Yleisötyössä on kyse fyysisten, psykologisten ja sosiaalisten esteiden rikkomisesta (Maitland, 1997). Sorjonen ja Sivonen (2015) ovat todenneet, että yleisötyö palvelee lähinnä taiteen ja kulttuurin aktiivisia harrastajia, sillä ei-kävijöitä on vaikea tavoittaa tai saada kiinnostumaan yleisötyöstä. Parhaiten ei-kävijät tavoitetaan ulkopuolelle suuntautuvilla projekteilla, joskaan tällöinkään ei voida olla varmoja, osallistuuko niihin jo aktiivinen yleisö.

Kawashima (2000) on esittänyt yleisötyön toteutumisesta nelijakoisen mallin. Nämä neljä osaluuetta ovat *kulttuuriin osallistaminen (cultural inclusion)*, *markkinoinnin laajentaminen (extend marketing)*, *makujen kehittäminen (taste cultivation)* ja *yleisökasvatus (audience education)*.

Markkinoinnin laajentamisella sekä kulttuuriin osallistamisella pyritään keskittymään ihmisiin, jotka eivät vielä osallistu tapahtumiin. *Kulttuuriin osallistaminen* liittyy taidetapahtumien vähiten edustettuina oleviin ryhmiin, kuten pienituloisiin tai johonkin etniseen vähemmistöön.

Ratkaisuna on ollut taideorganisaatioissa taiteen vieminen tämän ihmisryhmän luokse. Taide-musiikin viemisellä muun muassa lähiöihin, erilaisiin hoitolaitoksiin, sairaaloihin ja vankiloihin pyritään rikkomaan fyysisiä esteitä ja sisällyttämään ihmisiä kulttuuriin. Näiden kulttuurilaitoksen ulkopuolelle suuntautuvien tempausten tavoite on mielenkiinnon herättäminen ja ajatus, että taidetapahtumien vähiten edustettuina olevat ryhmät päätyisivät joskus seuraamaan myös vakituisia esityksiä. Hankkeen myötä ei juurikaan odoteta lipputulojen lisääntymistä tai uutta yleisöä lyhyellä tähtäimellä. (Kawashima, 2000.)

Markkinoinnin laajentamisen ideana on potentiaalisen yleisön kiinnostuksen lisääminen taiteisiin esimerkiksi internetsivuja kehittämällä ja yritys saada heitä tapahtumiin karsimalla taiteista niitä puolia, jotka estävät heitä osallistumasta (Kawashima, 2000). Kulttuuripalveluiden tuottajien ja rahoittajien tietoisuus esteistä ja keinoista niiden poistamiseksi on hyvän saavutettavuuden edellytys. (Opetusministeriö, 2006).

Makujen kehittämisellä pyritään vaikuttamaan jo olemassa olevan yleisön makuihin ja mieltymyksiin. Toisin sanoen houkutellaan tietyn taidelajin yleisöä myös toisen genren pariin. *Yleisökasvatuksen* tavoitteena on tarjota jo olemassa olevalle yleisölle hyviä kokemuksia, jotka saisivat heidät kuluttamaan palveluita myös tulevaisuudessa. (Kawashima, 2000.)

Koin yleisötyön ottamisen mukaan tähän kandidaatintyöhön tärkeäksi, sillä yleisötyö tuo orkestereita ja yleisöä lähemmäksi toisiaan sekä toimii keinona ei-kävijöiden tavoittamiselle. Klassisen musiikin konserteissa yleisöllä on melko passiivinen rooli, mutta yleisötyö tarjoaa mahdollisuuksia molemminpuoliseen kommunikaatioon. Kawashiman (2000) yleisötyön nelijakoinen malli on hyvä jäsennys yleisötyön toteuttamisesta, sillä se ottaa huomioon sekä kävijät että ei-kävijät. Myös jo olemassa olevasta yleisöstä on tärkeää pitää hyvää huolta, jotta elämykset olisivat nautinnollisia eikä liukumista kohti ei-kävijyyttä pääsisi tapahtumaan. Ei-kävijöiden tavoittaminen yleisötyön avulla koetaan vielä hankalaksi, ja näenkin sen orkesterien yhteisenä haasteena. Musiikkikasvattajina voisimme olla auttamassa tämän haasteen kanssa tarjoten lapsille ja nuorille erilaisia kokemuksia orkestereista mahdollisuuksien mukaan.

6 Tulosluku

Tässä luvussa vastaan tutkimuskysymyksiini: *Millainen on suomalaisten korkeakulttuurinen orientaatio (6.1)? Mitkä asiat ovat vaikuttamassa sinfoniaorkesterien konserttien ei-kävijyyteen (6.2)?* Ensimmäisessä tutkimuskysymyksessä huomio on erityisesti suomalaisten klassisen musiikin konserteissa käymisen useudessa, mutta koin kannattavammaksi tutkia kokonaisuudessaan suomalaisten korkeakulttuurista orientaatiota, sillä korkeakulttuurisen kulutuksen kohteita ei ole aina eritelty tutkimuksissa.

6.1 Millainen on suomalaisten korkeakulttuurinen orientaatio?

Korkean koulutustason ja korkeakulttuurisen orientaation välillä on aikaisemmin ollut suora yhteys, mutta kulttuuriset kiinnostuksen kohteet eivät tule enää automaattisesti luokka-aseman mukana nykytutkimuksen valossa. Klassisen musiikin konserteissa käyminen on edelleen riippuvainen koulutuksesta, mutta parhaiten konserteissa käyminen selittyy, kun tarkastellaan sekä koulutusta, ikää että sukupuolta. Korkeakoulutetuilla ja nuorilla ikäluokilla ei näytä olevan enää samanlaista tarvetta korostaa suuntautumistaan korkeakulttuuriin. Konserteissa käyminen näyttäisi olevan sitä yleisempää, mitä vanhempi ikäryhmä on kyseessä. Lisäksi naiset käyvät klassisen musiikin konserteissa runsaasti miehiä enemmän. (Alasuutari, 2009.)

Muita korkeakulttuurista orientaatiota ja klassisen musiikin kulutusta selittäviä tekijöitä ovat olleet ainakin kotitalouden nettitulot sekä alueen kaupunkimaisuus. Suomessa kaupungin koko on suoraan sidoksissa kulttuuritarjontaan, ja paremmin toimeentulevat asuvat useimmiten kaupungeissa, joten vaikutukset ovat myös päällekkäisiä (Heikkilä, 2015).

On myös aiheellista kysyä, mitä nuoret ylipäättään mieltävät korkeakulttuuriseksi musiikkimauksi nyky-yhteiskunnassa (kts. Alasuutari, 2009). 2000-luvulla globalisaation ja uuden teknologian myötä vanhat rajat ja hierarkiat ovat liudentuneet. Niin sanottu ylempi luokka on kiinnostunut korkeakulttuurin lisäksi myös populaarikulttuurista ja eri yhteiskuntaluokkien välillä on enemmän yhteisiä asioita kuin ennen. (Wahlstedt, 2014.)

Kulttuurin kulutuksen ja yhteiskunnan hierarkioiden välisestä yhteydestä on esitetty erilaisia teorioita. *Bourdielainen homologiaateesi* viittaa luokka-aseman ja kulttuurisen maun riippuvuuteen (esim. korkeasti koulutettu – korkeakulttuuri), kun taas *yksilöllistymisteesin* mukaan kulttuurituotteiden määrän lisääntyminen ja yhteiskunnallisen aseman muuttuminen kulutuskes-

keiseksi olisi tehnyt kulttuurin kulutuksesta yksilön yhteiskunnallisen aseman sijaan yksilöllistä. Toisin sanoen kulttuuriset valinnat liittyisivät enemmän henkilön elämäntilanteeseen ja henkilökohtaiseen sosialisatioon kuin luokka-asemaan. (Heikkilä, 2015.) *Kaikkiruokaisuuden ilmiössä* korkeakulttuurin ja populaarikulttuurin raja ei ole kadonnut, vaan aiemmin ns. ylempiin sosiaalisiin ryhmiin kuuluvien kulttuurin kulutus on laajentunut myös populaarin kulttuurin suuntaan (Alasuutari, 2009; Heikkilä, 2015; Kahma, 2011). Kaikkiruokaisuus on yleistynyt korkeakulttuuria harrastavilla, ei niinkään populaarikulttuurin ystävillä (Peterson & Kern, 1996). Samasta aineistosta voi löytää viitteitä niin homologiasta, kaikkiruokaisuudesta että yksilöllisistä mauista (kts. Heikkilä, 2015.) Oman näkemykseni mukaan nykytutkimuksessa on nostettu eniten esiin kaikkiruokaisuuden ilmiötä.

6.2 Mitkä asiat ovat vaikuttamassa sinfoniaorkesterien konserttien ei-kävijyyteen?

Tyypillinen ei-kävijä tuntee olonsa vieraaksi taidelaitoksissa ja ajattelee palvelujen olevan suunnattu toisenlaisille ihmisille (Lindholm, 2011). Epäusko oikean etiketin mukaiseen käyttäytymiseen konserttisaleissa on yksi esimerkki konserttiin tulemisen esteistä (Kawashima, 2000). Myös eri kulttuuri- ja kulutuskohteiden määrän lisääntyminen tiedostetaan, mikä tarkoittaa ihmisillä olevan enemmän valinnanvaraa kuluttamisen kohteiden suhteen (Heikkilä, 2015; Muikku ja Hottinen 2012).

Myös muita syitä passiivisuudelle on löydetty esimerkiksi *Kulttuurinen pääoma ja sosiaalinen differentiaatio 2000-luvun Suomessa: Kansainvälinen vertailu* -hankkeen (2007) kautta. Osalle ei-kävijöistä passiivisuus oli omaehtoista johtuen vähäisestä kiinnostuksesta, ymmärtämättömyydestä tai samaistumattomuudesta korkeakulttuuria kohtaan, kun taas osa tunnusti osallistumisen tärkeyden ja tavoittelikin sitä. Osallistumista tavoittelevilla tai osallistumisen tärkeyden tunnustavilla ihmisillä osallistumista rajoittavia tekijöitä olivat muun muassa perhevelvollisuudet, vaikea elämäntilanne, taloudelliset puitteet ja etäisyys. (Heikkilä, 2015; Kahma, 2011; Purhonen ym., 2014.) Klassisen musiikin konserteissa (ja monissa muissakin kulttuurin kulutuksen kohteissa) niin sanottujen passiivisten “ei käy koskaan” ryhmä oli yllättävän suuri, seitsemän kymmenestä (Heikkilä, 2015). Heinonen ja Lahti (2001) ovat ehdottaneetkin, että taiteen ja kulttuurin ei-kävijöiden elämäntapa olisi kaikin puolin passiivisempi (kts. Lindholm, 2015). Heikkilä (2015) kuitenkin muistuttaa, ettei kulttuurin passiivisuus välttämättä viittaa passiivisuuteen muilla elämänaalueilla - ihminen voi olla aktiivinen vaikkapa urheilussa ja kotitaskareissa.

Ei-kävijyyden syitä tarkastellessa on tärkeää kartoittaa, onko kaikki saavutettavuuden osa-alueet huomioitu. Tietoisuus esteistä tulla konsertteihin ja ratkaisut esteiden poistamiseksi ovat olennaisessa asemassa saavutettavuuden parantamisessa. Palveluiden toimintojen suunnittelijoiden, rahoittajien ja toteuttajien pitäisi omata kaikkia käyttäjäryhmiä huomioiva asenne hyvän saavutettavuuden takaamiseksi. (Opetus- ja kulttuuriministeriö, 2014.) Mielenkiintoisen haasteen tarjoaa näkymättömät saavutettavuuden esteet, kuten ihmisten tietämättömyys ja tahattomat asenteet (Opetusministeriö, 2009).

Yleisötyössä on alettu keskittyä enenevässä määrin ei-kävijöihin, sillä taidelaitosten on huomattu tuntevan huomattavasti heikommin passiiviset kuin aktiiviset kulttuurin kuluttajat. (Purhonen, Gronow, Heikkilä, Kahma, Rahkonen ja Toikka, 2014). Yleisötyön osa-alueista *markkinoinnin laajentaminen* ja *kulttuuriin osallistaminen* ovat ei-kävijyyteen kohdistuvia toimia. Markkinoinnin laajentamisella pyritään lisäämään ihmisten kiinnostusta taiteisiin esimerkiksi kehittämällä nettisivuja ja karsimalla taiteista puolia, jotka ovat osallistumisen esteenä. Kulttuuriin osallistaminen näkyy taiteen viemisenä ihmisten luokse, jolla pyritään herättämään mielenkiintoa niin, että kohderyhmät päätyisivät joskus seuraamaan myös vakituisia esityksiä. (Kawashima, 2000.) Ei-kävijöiden tavoittaminen on haaste, sillä he eivät ole yhtä kiinnostuneita yleisötyöstä kuin aktiiviset kävijät (Sorjonen & Sivonen, 2015).

7 Pohdinta

Yhteiskuntaluokkien välillä on enemmän yhteisiä asioita kuin ennen, joten miksi myös konserteissa käyminen ei voisi olla yksi niistä? Musiikkikasvattajina olisi tarpeellista pohtia, mikä on meidän pedagoginen vastuumme puhuttaessa tietämättömyydestä ja asenteista liittyen länsimaiseen taidemusiikkiin. On kysytty, korvataanko yleisötyöllä peruskoulun vähentynyttä musiikinopetusta, joka näkyy orkesterien ja muusikoiden pedagogisen vastuun ottamisena. Jos meillä musiikkikasvattajina ei ole resursseja tarjota lapsille ja nuorille konkreettisia kokemuksia konserteissa käymisestä, voimme ainakin olla vaikuttamassa positiivisella tavalla heidän asenteisiinsa ja tietämyksen tasoon. Perusopetuksen opetussuunnitelmassa puhutaan jo 1-2 luokalla kulttuuriperintöön tutustumisesta leikkien, laulaen ja liikkuen sekä musiikin esteettisestä, kulttuurisesta ja historiallisesta monimuotoisuudesta nauttimisesta (Opetushallitus, 2020). Nykyisen opetussuunnitelman suurpiirteisyys jättää opettajille tulkinnanvaraa, jolloin tiettyjä sisältöjä on helpompi sivuttaa.

Itselläni on jäänyt mieleen omasta ala-asteen harjoittelusta oppitunti, jossa rakensimme penkeistä orkesterin ja jokaisella penkkiryhmällä oli oma osuus soitettavana Brahmsin Unkarilaisesta tanssista no. 5. Olimme harjoitelleet edellisellä oppitunnilla teoksen eri teemoihin eläytymistä eläinroolien avulla, ja seuraavalla tunnilla vaihdoimme eläinroolit soittimiin. Oppilaat pääsivät myös johtamaan orkesteria (näyttämään vuoroja eri ryhmille), ja lopuksi katsoimme konserttivideon sekä keskustelimme sinfoniaorkestereista ja johtamisesta. Mielestäni musiikkikasvattajina meidän olisi tärkeää ymmärtää, ettei kokemusten tarjoaminen vaadi aina paikalle pääsyä.

Sinfoniaorkestereiden konserteissa on alkanut näkyä etenkin nykymusiikin esittäminen. On mielenkiintoista seurata tulevaisuuden muutoksia: Muuttavatko taiteidenvälisyyden ja teknologisoitumisen mahdollisuudet länsimaisen taidemusiikin konserttitraditioita yhä enenevissä määrin? Miten ja kuinka paljon konserttitraditioiden tulee muuttua, jotta konsertit säilyttävät kiinnostavuutensa? Täytyykö länsimaisen taidemusiikin kuitenkin pysyä omana taidemuotonaan?

Music Finlandin 2013 käynnistämässä visioprojektissa määriteltiin muun muassa suomalaisen taidemusiikin tavoitetilaa 2020-luvulle. Keskusteluissa korostui muun muassa teknologian mahdollisuudet houkutella uutta sukupolvea taidemusiikin tekijöiksi ja kuuntelijoiksi (Muikku & Hottinen, 2012.) Lintinen on kapellimestarihaastatteluissa todennut, kuinka orkestereiden

visualisointi osaavasti tehtynä on kehittämisen arvoinen asia ja tuonut uudenlaista potkua moniin tilanteisiin. Shinozaki on todennut valojen lisäksi tuovansa konserttisaleihin mielellään monitaiteisia elementtejä kuten runoutta ja viitteellistä näyttämötoimintaa. (Pohjannoro, 2010.)

Keskusteluissa ennakoitiin taidemusiikin tulevan olemaan elämysteollisuutta muiden kulttuurialojen ja sisältöjen rinnalla nykyisessä speaktaakkeliyhteiskunnassa, eikä se näin ollen olisi enää erityisasemassa. Globaalit ajankäytön haasteet tarkoittavat kilpailua kuulijoiden ajasta ja huomiosta. Meidän pitäisi osata perustella taidemusiikin merkitys ja rooli yhteiskunnassamme taidemusiikin tuotteistamista pelkäämättä. Konserttielämyksen uudistustyötä ja brändäystä voisi olla tukemassa muun muassa taiteidenvälisyys. (Muikku & Hottinen, 2012.)

Musiikin kuuntelun siirtymisen nettiin katsottiin johtavan sekä tarjonnan että sisällön laatuvaatimusten kasvamiseen. Todettiin myös, että taiteidenvälisyys ja liikkuvan kuvan merkitys kasvaa. Teknologian kehittymiseen liittyen pohdittiin esimerkiksi konserttielämyksen tuottamista verkossa. (Muikku & Hottinen, 2012.) Olisi mielenkiintoista nähdä koontia, miten nämä visioprojektissa esiin nostetut asiat ovat toteutuneet eläessämme vuotta 2020. Ainakin korona-kriisi on pakottanut meitä lähemmäs virtuaalitodellisuutta.

Wahlstedt on pohtinut, viekö luokkarajojen häviäminen lopulta yksilöllisyyden ja ainutkertaisen valintojen aikaan. Tällaisena aikana jokainen voisi valita sekä korkeakulttuurista että populaarikulttuurista itselleen sopivat palat ja luoda ja muokata niistä omannäköisensä synteesin. (Wahlstedt, 2014.) Jatkossa olisi mielenkiintoista selvittää, missä määrin myös ns. alemmat sosiaaliluokat ovat omaksuneet ns. ylemmän luokan tapoja (*yksilöllistymisteesi*), vai näkykö yhteiskunnallisten rajojen liudentuminen selvästi vain korkeasti koulutettujen suvaitsevaisemmassa suhtautumisessa populaarikulttuuriin (*kaikkiruokaisuuden ilmiö*). Myös suomalaisten nuorten ei-kävijyyden syiden selvittäminen klassisen musiikin saralla kiinnostaa, vaikka tämä kandidaatintyö antoikin ei-kävijyyteen hyviä vastauksia yleisellä tasolla. Lisäksi olisi mielenkiintoista selvittää, miten nuoret kehittäisivät klassisen musiikin konserttitraditiota itselleen mielekkäämpään suuntaan.

Lähteet

- Alasuutari, P. (2009). Snobismista kaikkiruokaisuuteen: musiikkimaku ja koulutustaso. Teoksessa M, Liikkanen (toim.), *Suomalainen vapaa-aika: arjen ilot ja valinnat*. (s. 81–100) Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Cantell, T. (1993). Musiikkijuhlien yleisöt: Kaustinen, Kuhmo, Viitasaari. *Tilastotietoa taiteesta nro. 7*. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta.
- Heikkilä, R. (2015). Suomalainen maku ja kulttuurin kuluttamisen valikoituneisuus. Teoksessa A, Lindholm (toim.), *Ei-kävijästä osalliseksi – osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla*. (s. 33–50) Helsinki: HUMAK.
- Hämeenniemi, E. (2007). *Tulevaisuuden musiikin historia*. Helsinki: Basam Books Oy.
- Häyrynen, A. (24.4.2015). Orkestereita kaikille - Suomen Sinfoniaorkesterit ry 50 vuotta. Haettu osoitteesta <http://www.sinfoniaorkesterit.fi/fi/artikkeli/?id=33&ofs=0>
- Johnson, (2002). *Who Needs Classical Music? Cultural Choice and Musical Value*. Oxford: Oxford University.
- Jyväskylä Sinfonia. *Konserttivieraan ABC*. [sähköinen tietoaineisto]. Haettu osoitteesta <https://www.jyvaskylasinfonia.fi/jyvaskyla-sinfonia/konsertit/konserttivieraan-abc>
- Kahma, N. (2011). *Yhteiskuntaluokka ja maku*. (väitöskirja, Helsingin yliopisto). Haettu osoitteesta <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-10-6699-3>
- Kawashima, N. (2000). Beyond the division of attenders vs. non-attenders: A study into audience development in policy and practice. *Research papers, No 6*. Haettu osoitteesta <https://warwick.ac.uk/fac/arts/scapvc/ccmps/research/publications/centrepubs>
- Kolb, BM. (2001). The effect of generational change on classical music concert attendance and orchestras' responses in the UK and US. *Cultural Trends, 11*(41), 1–35. Haettu osoitteesta <https://doi.org/10.1080/09548960109365147>
- Korhonen. (1995.) *Suomalainen orkesterimusiikki 1*. Jyväskylä: Suomalaisen musiikin tiedotuskeskus.

- Kulttuuria kaikille. *Saavutettavuus*. [sähköinen tietoaaineisto]. Haettu osoitteesta <http://www.kulttuuriakaikille.fi/saavutettavuus>
- Leskinen, H & Soronen, H. (2006). Sosiaaliset distinktiot – Bourdieun makuteoria. *Tampereen teknillinen yliopisto*. Haettu osoitteesta http://www.cs.tut.fi/~ihtesem/s2006/teoriat/esitykset/Raportti_Leskinen_Soronen_141106.pdf
- Lindholm, A. (2011). Ei-kävijyystutkimukset. Teoksessa A. Lindholm, J. Simovaara, T. Cantell & H. Mielonen (toim.): *Yleisötutkimus kulttuurialan opinnäytetyönä*. (s. 49–60) Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu.
- Lindholm, A. (2015). Johdanto. Teoksessa A. Lindholm (toim.): *Ei-kävijästä osalliseksi: Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla*. (s. 14–30) Helsinki: HUMAK julkaisuja 7.
- Lindholm, A. (2015). Ei-kävijät yleisötutkimuksen läpivalaisussa. Teoksessa A. Lindholm (toim.): *Ei-kävijästä osalliseksi: Osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla*. (s. 64-70) Helsinki: HUMAK julkaisuja 7.
- Liukkonen, E. (2004). Museoyleisö tutkimuksen kohteena. Teoksessa M, Levanto & S, Petersson (toim.), *Valistus, museopedagogiikka, oppiminen: taidemuseo kohtaa yleisönsä*. (s. 145–154) Helsinki: Taidemuseoalan kehittämissyksikkö Kehys.
- Maitland, H. (1997). *A guide to audience development*. London: The Arts council of England.
- Mattila, M. (26.1.2020). Kapellimestari Eero Lehtimäki opiskeli salaa diplomi-insinööriksi ja haki yli 10 kertaa Sibelius-Akatemiaan: “Vastoinkäymiset eivät välttämättä tarkoita mitään”. Haettu osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-11173989>
- Muikku, J., & Hottinen, M. (2014). *Tunnuslukuja ja tutkimuksia 8. Kolme visiota 2020-luvulle*. [sähköinen tietoaaineisto]. Haettu osoitteesta <https://musicfinland.fi/fi/tutkimukset/kolme-visiota-2020-luvulle>
- Nordström, S. (1997). *Kaikki musiikista*. Porvoo: Wsoy.
- Opetushallitus. (2015b). *Perusopetuksen opetussuunnitelman perusteet 2014*. Helsinki: Opetushallitus.

- Opetusministeriö. (2004). *Taide tarjolle, kulttuuri kaikille. Vammaiset ja kulttuuri –toimikunnan ehdotus toimenpideohjelmaksi*. Helsinki: Opetusministeriön julkaisuja 2004:29.
- Opetusministeriö (2006). *Taiteen ja kulttuurin saavutettavuus: Opetusministeriön toimenpideohjelma 2006–2010*. Helsinki: Opetusministeriön julkaisuja 2006:6.
- Opetusministeriö. (2009). *Kulttuuripolitiikan strategia 2020*. Helsinki: Opetusministeriön julkaisuja 2009:2.
- Opetus- ja kulttuuriministeriö (2014). *Taiteen ja kulttuurin saavutettavuus. Loppuraportti*. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2014:15.
- Purhonen, S., Gronow, J., Heikkilä, R., Kahma, N., Rahkonen K., & Toikka, A. (2014). *Suomalainen maku: Kulttuuripääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen*. Helsinki: Gaudeamus.
- Peterson, R & Kern, R (1996). Changing highbrow taste: From snob to omnivore. *American Sociological Association* 60(5), 900–907. doi: 10.2307/2096460
- Pohjannoro, (2010). “Rima nousee koko ajan”. Kapellimestareiden näkemyksiä orkestereiden tulevaisuudesta ja muusikoiden osaamistarpeista. *Sibelius-Akatemian selvityksiä ja raportteja 10/2010*. Haettu osoitteesta https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/161415/Toive_Osaraportti_10.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salminen, A. (2011). *Mikä on kirjallisuuskatsaus? Johdatus kirjallisuuskatsauksen tyyppeihin ja hallintotieteellisiin sovelluksiin*. Vaasa: Vaasan yliopisto.
- Salomaa, R. (2009). *Konserttiyleisöä kalastelemassa – Jyväskyläläisen konserttiyleisön profiilin kartoitus sekä katsaus yleisötyöhön ja markkinointiin taidemusiikin alalla*. (pro gradu, Jyväskylän yliopisto). Haettu osoitteesta: https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/22684/1/URN_NBN_fi_jyu-200912184566.pdf
- Salonen, T. K. (1990). *Konserttimusiikin yleisö makujen kentällä: tutkimus konserttimusiikin yleisöstä, esimerkkinä Jyväskylän sinfoniaorkesterin yleisö*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Sorjonen, H & Sivonen, O. (2015). *Taide- ja kulttuurilaitosten yleisötyön muodot, laajuus ja tuloksellisuus. Cuporen verkkojulkaisuja 27*. Helsinki: Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiö.

Suomen Sinfoniaorkesterit Ry. *Yleisötyö*. [sähköinen tietoaaineisto]. Haettu osoitteesta <https://www.sinfoniaorkesterit.fi>

Tieteen termipankki. [sähköinen tietoaaineisto]. Haettu osoitteesta <http://tieteentermipankki.fi/wiki/Oikeustiede:legitimiteetti>

Virtaperko, O. (2014). Syväjäädytetty orkesteri? *Rondo Classic* 6, 21.

Wahlstedt, P. (2014). Suomalaisten maku. *Yhteiskuntapolitiikka* 79(6), 715-716. Haettu osoitteesta <http://urn.fi/URN:NBN:fi-fe201504152695>